

30. 08. 1995г. (с изменениями и дополнениями от 21. 05. 2007г.)
4. Гражданский Кодекс Республики Казахстан. Алматы: 2007.
 5. Закон Республики Казахстан «О частном предпринимательстве» от 31.01.2006г.
 6. Закон Республики Казахстан «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 19.06.1997г.
 7. О мерах по усилению государственной поддержки и активизации развития малого предпринимательства. Указ Президента Республики Казахстан от 6 марта 1997 г. №3398. // Сборник законодательно-правовых актов «Малый и средний бизнес: Законодательство Республики Казахстан. Алматы. 1999.
 8. Постановления Правительства Республики Казахстан № 665 «О создании фонда развития малого предпринимательства» от 26 апреля 1997 г.
 9. Программа Правительства прямого финансирования малого и среднего бизнеса АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» – на 2008-2012 годы.

Түйіндеме

Мемлекет кәсіпкерлік қауыпсыздікті қамтамасыз ететін негізгі субъект болып табылады. Осыған орай, кәсіпкерлік қауыпсыздікті билік институттарының қабілеті және дайындығы, кәсіпкер қызықушылығын қорғау және реттеу механизмын құру деп түсінуге болады.

Conclusion

The state is the basic subject of safety of business. Proceeding from it, safety of business should be understood also as readiness and ability of institutes of the power to create regulation mechanisms and protection of interests of the businessman.

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Амантаева А.Б.

В преддверии вхождения Казахстана во Всемирную Торговую Организацию и в число пятидесяти конкурентоспособных стран мира, все больше дискуссий разгорается вокруг темы социальной ответственности бизнеса, диалога между государством, обществом и бизнесом.

Это понятие ново для Казахстана, как независимого государства, поэтому сейчас только определяются и уточняются механизмы этой системы. Как говорят специалисты (Д. Габиев, З. Данаева, А. Досаева, А. Караулова, М. Такенова и многие другие) конкурентоспособность страны в мировом сообществе во многом обусловлена развитием экономики, а значит и бизнеса.

З. Данаева утверждает, что «многие отечественные компании до сих пор не выяснили для себя, что означают понятия «корпоративная и социальная ответственность бизнеса». Между тем мировая практика показывает, что без этих составляющих не получить высокую репутацию и признание общества. Кто-то за со-

циальную ответственность бизнеса принимает благотворительность, для других – это спонсорство, для третьих – экологические проекты. Единого понимания и подхода к этому вопросу нет, поэтому важно дать концептуальное определение понятия. Социальной ответственностью бизнеса является достижение коммерческого успеха таким способом, чтобы соблюсти этические ценности и показать уважение по отношению к людям, обществу и окружающей среде. Отмечают три направления ответственности бизнеса: финансовую, экологическую, социальную» [1;4].

Не случайно в повестке дня республики стала актуальной задача – встать на одну ступень с самыми развитыми странами. Но для этого недостаточны сугубо макроэкономические достижения, необходимо использование технологий по предотвращению социальных конфликтов и поддержанию общественной консолидации. Сейчас во всем мире социальная

ответственность бизнеса признана одной из основ развития человечества.

В последнее время стало модно говорить о социальной ответственности бизнеса. Работодатели выступают с отчетами о соблюдении трудового законодательства, а на деле выясняется, что институт социального партнерства в Казахстане нуждается в отраслевом и региональном развитии. Чего же мы ждем сегодня «от социальной ответственности»?

Социальная ответственность бизнеса – понятие гораздо более широкое, чем просто финансовые вложения. Идея социальной ответственности зародилась в США более ста лет назад. Суть ее заключается в том, что компании помимо производства товара и услуг имеют определенные обязательства перед обществом. Эти обязательства выполняются компаниями с тем, чтобы помочь обществу в решении проблем.

В цивилизованном обществе, помимо экономических задач, бизнес выполняет определенную социальную роль. Предприниматели являются неотъемлемой частью общества, их деятельность оказывает неизбежное влияние на него. Достаточно вспомнить классическое высказывание: «Жить в обществе и быть свободным от него невозможно». По большому счету бизнес самим фактом своего появления уже социально ответственен. Особенно это заметно в крупном бизнесе на градообразующих предприятиях, которые фактически берут на себя социальную ответственность за город.

Под социальной ролью бизнеса понимается развитие и усиление позитивного влияния, которое предпринимательский класс оказывает на общество. В мировой практике социальная ответственность бизнеса рассматривается как добровольный вклад бизнеса в развитие общества, его социальной, экономической и экологической сфер. Этот вклад должен быть напрямую связан с основной деятельностью компании, и не выходить за рамки определенного законом минимума [2;10].

Развернулась широкая общественная дискуссия на тему социальной ответственности бизнеса. Прошел ряд конференций с участием предпринимателей, представителей власти и некоммерческих организаций. Хотя позиции представителей разных кругов по многим вопросам социальной ответственности расходятся, интерес к теме свидетельствует о признании того, что бизнес не может развиваться вне общества и независимо от его интересов.

Бизнес должен участвовать в строительстве социальных объектов и развитии регионов. Казахская модель рыночной экономики предполагает социально стабильное общество, в котором гармонично сочетаются интересы граждан, бизнеса и государства [2;47].

Мы часто киваем на продвинутый западный менеджмент – мол, и подходы там другие, и о сотруднике работодатели заботятся лучше, чем у нас. Не зря наши соотечественники зачастую при выборе работы предпочитают зарубежные компании местным. Как правило, пресловутый «социальный пакет» там гарантирован. В том же известном всем «Филип Моррисе», работающем в Казахстане уже не первый десяток лет, по сей день нет отбоя от желающих устроиться на службу. Профсоюз там, уже давно забытый многими казахстанцами, как ни странно, действует и защищает интересы трудящихся, выделяя деньги на те или иные нужды. В трудовом договоре сотрудника, как оказалось, прописано более 20 социальных льгот.

В Послании Президента народу Казахстана от 1 марта 2006 года уделено особое внимание вопросам внедрения международных стандартов социальной ответственности бизнеса. Глава государства отметил, что казахстанский бизнес уже прочно стоит на ногах, начинает осознавать свою социальную ответственность и выстраивать свою деятельность в соответствии с ним, выделяя средства на благотворительность, на проекты в образовании, здравоохранении, спорте и культуре, оказывая реальную поддержку со-

циально незащищенным гражданам. В бизнес среде такая практика должна стать нормой, так как это происходит в развитых странах.

Прежде многие считали, что социальная ответственность бизнеса – это благотворительность. Сейчас большая часть бизнесменов видит, что это многогранное понятие, которое состоит из нескольких элементов: ответственность перед собственными сотрудниками, ответственность перед потребителями, ответственность перед партнерами, местным сообществом и страной в целом. Однако до сих пор не утихают споры о том, есть ли специфика в понимании этого термина в нашей стране. Одни считают, что бизнес в Казахстане только начинает вставать на ноги, поэтому в сфере социальной ответственности отечественных компаний должно входить лишь исполнение требований законодательства: уплата налогов в полной мере, своевременная выплата заработной платы и так далее. Другие считают, что социальная ответственность – это то, что компания делает для общества сверх требований закона. К слову, именно такая модель ближе к западному пониманию этого термина [3;48].

Хотя для Казахстана пока важно акцентировать внимание на соблюдении законодательных норм, но в любом случае нельзя ограничиваться только этим. Иначе произойдет подмена понятий «ответственность» и «обязанность».

Социальная ответственность бизнеса должна ассоциироваться со словом «добровольность», а не со словом «обязанность». Для раскрытия социального потенциала бизнеса необходимы устойчивые партнерские взаимоотношения между государством, компаниями и гражданским обществом. В последние годы сотрудничество между этими секторами значительно активизировалось.

Если говорить о взаимоотношениях бизнеса и власти, то они далеко не всегда выступают как равноправные партнеры. Местная власть часто оказывает давление на предпринимателей и диктует, какие именно социальные программы они

должны поддержать. С другой стороны, бизнес зачастую сам напрашивается, чтобы ему указали «правильное направление» социальных инвестиций.

Подобное неравноправие между бизнесом и государственной властью должно быть устранено. Государство не может быть единственным арбитром в сфере социальной ответственности бизнеса. Если бизнес хочет услышать мнение общества по поводу приоритетных социальных проектов, он должен обратиться к другим заинтересованным группам – общественным организациям, академическому и экспертному сообществу. Но в любом случае бизнес – самостоятельная часть общества, и никто не имеет права диктовать ему, как и на что тратить заработанные средства.

Что касается диалога «бизнес – гражданское общество», то здесь наблюдается значительный прогресс. Обязательным условием развития гражданского общества является появление у граждан экономической самостоятельности на базе частной собственности. Важнейшей предпосылкой формирования гражданского общества является возрастание значения человеческой личности. Гражданское общество достигает высокого уровня развития только в условиях демократизации политической системы. Сейчас очень многие компании начали реализовать совместные программы с некоммерческими организациями. Примеры такого партнерства можно видеть как на республиканском, так и на региональном уровне.

Необходимо отметить, что бизнес сам часто выступает инициатором диалога с некоммерческим сектором. Казахстанское деловое сообщество прекрасно осознает, что ему необходимо вносить свой вклад в развитие гражданского общества и общественных организаций. Потому что таким образом оно создает определенное равновесие между государством, некоммерческим сектором и бизнесом.

Когда равновесие между властью, бизнесом и обществом будет достигнуто, чиновники уже не смогут оказывать такое

давление на бизнес, как сейчас. С другой стороны, отечественные бизнесмены должны понимать, что в лице гражданского сектора они создают общественного контролера, с позицией которого в будущем придется считаться. При внедрении принципов социальной ответственности бизнеса также необходимо учитывать позиции различных групп внутри казахстанского делового сообщества. Так, принципы социальной ответственности для мелкого и среднего бизнеса должны отличаться от крупных корпораций. Казахстанский крупный бизнес вполне созрел для внедрения передовых моделей социальной ответственности и готов к реализации масштабных и долгосрочных социальных проектов. Социальная деятельность мелкого и среднего бизнеса, в свою очередь, может быть весьма эффективной на локальном уровне и при реализации точечных проектов.

При формировании подходов к социальной ответственности малого и среднего бизнеса необходимо исходить из того, что его социальная роль проявляется в создании рабочих мест, уплате налогов и повышении валового внутреннего продукта. Требовать сейчас от среднего, тем более малого, бизнеса чего-либо сверх установленных законом рамок представляется преждевременным. В то же время необходимо совместными усилиями государства, бизнеса и гражданского общества активизировать разработку и внедрение принципов социальной ответственности бизнеса в казахстанскую деловую практику. В качестве первоочередной меры было бы целесообразным провести серию встреч между представителями деловых кругов, правительства и НПО для совместной выработки национальных стандартов социальной ответственности бизнеса.

Учитывая планы Казахстана по созданию современного фондового рынка, было бы также не лишним ввести индексы социальной ответственности различных компаний. Эта мера станет дополнительным стимулом для отечественных корпораций для активизации своей со-

циальной деятельности. Конституционная реформа и последовавшие за ней изменения в политической системе предоставляют новые возможности для продвижения принципов социальной ответственности бизнеса в Казахстане. Новые полномочия парламента и повышение роли политических партий придали новую динамику казахстанской публичной политике. В этой ситуации появляются дополнительные возможности привлечения внимания государства и различных политических сил к проблемам отечественного бизнес – сообщества.

В этой связи необходимо помнить о том, что ответственность бизнеса может быть эффективной, только будучи добровольной. Деловое сообщество должно иметь свободу выбора направления и объемов своей социальной деятельности, самостоятельно определять приоритеты, искать баланс между своими интересами и интересами общества.

В конечном счете, принимая на себя социальную ответственность, бизнес добровольно предлагает государству и обществу свое посильное содействие в решении различных проблем.

В целом же опыт реформ свидетельствует, что территорию экономических преобразований нельзя рассматривать как прямую улицу с односторонним движением, ведущую из тоталитарного прошлого через чистилище трансформаций, в капиталистический рай. Она оказалась непроторенной дорогой, её, как свидетельствует наш опыт, нельзя было преодолеть, придерживаясь только рекомендаций иностранных советников, или же осуществлять преобразования по образцу стран с развитой рыночной экономикой.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

Во-первых, за прошлое столетие Казахстан трижды сменил вектор политического и социально-экономического развития. Сначала была уничтожена кочевая цивилизация, её сменила индустриальная, а на рубеже веков стали проявляться зачатки технократическая цивилизация;

Во-вторых, формирование социально ориентированной экономики Казахстана должна предполагать проведение реформ, направленных на повышение жизненного уровня населения. Процесс формирования социальной политики в Казахстане в условиях суверенитета должен характеризоваться поиском новых форм, разработкой надёжных механизмов реализации мер социальной защиты населения, соответствующих международным стандартам;

В-третьих, цель проводимых социальных реформ сегодняшнего дня состоит в постепенном переходе от административно-распределительных к преимущественно экономическим методам мобилизации и использования ресурсов для социальной сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Данаева З. Социальная ответственность бизнеса // Казахстанская правда. 2008, 5 февраля.

2. Шулембаева Р. Грани социальной ответственности бизнеса // Казахстанская правда. 2008, 16 мая.
3. Сағалиев К. Экономические преобразования в Казахстане: опыт и перспективы // Евразийское сообщество. 2001, – №3.

Түйіндеме

Соңғы жылдары әлемдік сауда ұйым және әлемдегі елу дамыған мемлекеттер қатарына кіру мақсат жолында мемлекет, қоғам мен бизнестің арасындағы қарым қатынастар пен бизнестің әлеуметтік жауапкершілік жайында пікір талас болып жатыр.

Conclusion

Before entering of Kazakhstan to the World Trade Organization and to the number of fifty's developed countries of the world, more and more discussions disappeared around the topic of social business responsibility, dialogue between countries, society and business.

КНИГА – ПОЗИЦИЯ.

(О КНИГЕ КОЛДЫБАЕВА С.А. «МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ И СОВЕТСКАЯ ПЕРЕСТРОЙКА» - КОСТАНАЙ : КГУ, 2009. 97 С.)

Бондаренко Ю.Я.

Отпечатанная в типографии КГУ им. А.Байтурсынова книга профессора Колдыбаева С.А. видится одним из самых интересных событий в интеллектуальной жизни Костаная последних лет. Уже сама тема работы, представляющей собой своеобразный сплав многолетних сугубо научных изысканий автора и публицистики, не может не привлечь внимание любого, кто пытается размышлять над событиями отечественной истории последних десятилетий. Сплав же научности и публицистичности делает ее еще более привлекательной, ибо перед нами не образец сухого академизма дипломированного представителя официальной науки, а живые, подчас болезненные раздумья над мучительнейшими проблемами современности.

Конечно, книга не бесспорна. Кто-то из специалистов – социологов мог бы пожелать иных, более разнообразных и в чем-то «более современных» подходов к определению массового сознания, рассмотрению его взаимосвязей с таким явлением, как массовая культура и т.д., и т.п. Но подобные претензии можно практически предъявлять до бесконечности к работе, носящей исследовательский характер, так как исчерпать все возможные подходы к многогранной проблеме такого рода фактически невозможно. Поэтому, не отрицая возможных уточнений и даже полемики относительно существенных характеристик и исторических аспектов массового сознания, хотелось бы только отметить, что в самой, ограниченной по объему книге, рассмотрение мас-